

Publicité, liens payants et affiliation

« L'objectif de Google n'est pas de donner une rente de situation à la nouvelle profession des référenceurs, mais de vendre de la publicité »

du référencement à la publicité

- La concurrence dans tous les domaines sur le web oblige tous les acteurs à investir de plus en plus dans des démarches complémentaires du référencement naturel (qui est déjà un poste de dépenses important par ex. 12000€ annuels pour vente en ligne vêtements de sport)
- Il y a plusieurs stratégies complémentaires pour obtenir des prospects et des clients : affichage de publicités, affiliation, boutiques virtuelles, liens payants, comparateurs de prix, etc.
- les supports de publicité sont multiples : sites, e-mails, newsletters, vidéos (youtube ou dailymotion), flux rss, mobile (ex. régie Google AdSense) Les newsletters sont des outils très rentables.
- La démarche publicitaire doit correspondre aux objectifs du site : elle doit générer du trafic QUALIFIE. L'objectif pour la vente en ligne n'est pas d'avoir des visiteurs mais des clients. (ex. : calcul de ROI avec google adwords en fonction des mots-clés)

La publicité par affichage de bannières

- Un procédé très employé et le premier historiquement (analogie avec le papier) avec deux aspects : éditeur (vend des espaces) ou annonceur (achète des espaces) par l'intermédiaire d'une régie ou plus rarement en direct (démarche personnelle de contact de l'annonceur ou de l'éditeur)
- La régie permet à l'annonceur de trouver des surfaces importantes et qualifiées pour son affichage, et à l'éditeur de trouver des revenus (variables). La régie permet également une relation de confiance entre les différents intervenants (quand la régie elle-même est fiable !) Néanmoins les conditions et les produits proposés par les différentes régies sont très variables, il faut donc étudier de près l'offre.
- La plus grosse régie est celle de Google avec Adsense (éditeur) et Adwords (annonceur).
L'offre est très bien conçue, simple à installer mais peu lucrative. La divulgation des gains est interdite par Google, mais cela va généralement de 1€ à 5€ du CPM.
Yahoo a également sa régie (accessible à partir de 3000 000 de pages vues par mois).
Il existe de très nombreuses régies sur le web : <http://www.web-affiliations.com/regies> On peut espérer que la concurrence de ces plateformes tirera les prix à la hausse pour l'éditeur, c'est la condition de survie de nombreux sites d'info en ligne qui peinent à trouver un modèle économique.
- Un même éditeur / annonceur peut travailler avec différentes régies. Ex. de mon site de cuisine : Google Adsense, Veoxa, Critéo, Zanox
- Plusieurs modes de calcul des prix : CPM (coût par 1000), CPC (coût par clic), lead (formulaire rempli), % sur les ventes ou panachage de plusieurs modes (exemple *régie Zanox*)
- Plusieurs formats
 - bannière : 728 x 90, 120 x 600, 160 x 600, 350 x 350 (ex Adsense)
 - slide-in (ex. : veoxa) limite gênant mais bien payé
 - site-under : considéré comme gênant pour les internautes, à éviter
- Plusieurs types de contenu : texte, image, Flash, vidéo (avec ou sans son) Ce ne sont pas forcément les publicités les plus visibles et les plus agressives qui font vendre le mieux... La plupart du temps c'est le texte qui fait vendre. D'où la nécessité de faire des tests (ex. Adwords versions d'annonces)

L'affiliation

- L'affiliation vise la vente de produits ou de services avec une rémunération fixe ou au pourcentage. La différence avec une régie c'est que le vendeur traite la plupart du temps en direct avec les éditeurs
- Pour mettre un place une formule d'affiliation indépendante des régies le vendeur a généralement une surface et un chiffre d'affaire important, ex. : Amazon, Fnac, <http://www.web-affiliations.com/affiliation-directe>
- L'affiliation permet de mettre sur le site de l'éditeur les produits du vendeur (ex. Amazon) soit produit par produit soit par boutique entière avec même plusieurs vendeurs (ex. Zlio)
- L'affiliation en *marque blanche* permet de vendre des produits ou service personnalisés sans mettre en avant la marque du vendeur réel (ex. sonneries téléphones portables, petites annonces, rencontres et autres ex. location et vacances , <http://www.web-affiliations.com/top-marque-blanche>)

La vente de liens

- Certaines régies se sont spécialisées dans la vente de liens texte (ex.: Linklift)
- Les responsables de sites peuvent également proposer l'achat direct de liens texte (ex. site de cuisine)
- L'objectif est subtilement différent des autres publicités :
 - attirer des visiteurs
 - mais surtout avoir du blacklink (objectif référencement) la cible est donc des sites ayant un bon PR, même si cette notion est de plus en plus obsolète dans les stratégies de référencement. La mise en place est donc un lien statique et non un javascript avec des identifiants comme pour le cas des pubs habituelles
- Google a déclaré unilatéralement (et sans aucun fondement juridique) la guerre aux acheteurs/vendeurs de liens car l'achat de liens contrarie l'algorithme de Google qui est en partie basé sur les liens pointant vers un site.
- La conséquence en est que ce genre de ventes se fait quasiment clandestinement. Google peut décider unilatéralement de descendre votre site dans ses résultats de recherche si il s'aperçoit que vous vendez / achetez des liens. La perte potentielle est bien plus importante que ce que peut vous rapporter la vente mensuelle d'un ou deux liens.